

## **RESUMEN**

El presente trabajo de titulación denominado: Análisis del manejo de la relación con los clientes de la plaza de comida rápida “Village Food Trucks Mobile Plaza” en la Ciudad de Quito y propuesta para un Programa de Fidelización, tiene por objeto conocer y analizar el manejo de la relación con los clientes de la Plaza de comida rápida “Village Food Trucks Mobile Plaza”, esto mediante la determinación de los perfiles de los consumidores actuales y potenciales, para posteriormente proponer un programa de fidelización de acuerdo a los clúster que se establecerán con los datos obtenidos. La investigación se basó en teorías de Fidelización y del Comportamiento del Consumidor. Para obtener los resultados necesarios se realizó una encuesta tomando en cuenta como universo a la población que vive en lugares aledaños a las Plazas de Food Trucks. Los resultados obtenidos permitieron establecer los perfiles de los clientes y proponer las diferentes estrategias diferenciadas para cada uno de los grupos establecidos y así lograr la fidelización de los clientes que actualmente poseen estas plazas, y atraer a los clientes potenciales. Se definieron conclusiones respecto los resultados obtenidos en la investigación, así como las recomendaciones de la investigación y de la propuesta del programa de fidelización para que sea mucho más fácil su implementación.

### **Palabras Claves**

- **FOOD TRUCKS**
- **FIDELIZACIÓN**
- **CRM**
- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

## **ABSTRACT**

The investigation named: Analysis of the management of the relationship with customers of the fast food plaza "Village Food Trucks Mobile Plaza" in the City of Quito and proposal for a Loyalty Program, aims to know and analyze the management of the relationship with the customers of the Fast Food Plaza "Village Food Trucks Mobile Plaza", this by determining the profiles of current and potential consumers, to subsequently propose a loyalty program according to the clusters that will be established with the data. The research was based on theories of Loyalty and Consumer Behavior. In order to obtain the necessary results, a survey was carried out taking into account as a universe the population living in the vicinity of the Food Trucks Plazas. The results obtained allowed to establish the profiles of the clients and to propose the differentiated strategies for each one of the established groups and thus achieve the loyalty of the clients that currently have these positions, and attract the potential clients. Conclusions were defined regarding the results obtained in the research, as well as the recommendations of the research and the proposal of the loyalty program to make its implementation much easier.

### **Keywords**

- **FOOD TRUCKS**
- **LOYALTY**
- **CRM**
- **CONSUMER BEHAVIOR**